

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI..... | i |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI..... | ii |
| <i>ABSTRACT</i> | iii |
| ABSTRAK | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Penelitian..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 10 |
| C. Tujuan Penelitian dan Kontribusi Penelitian | 11 |
| 1. Tujuan Penelitian..... | 11 |
| 2. Kontribusi Penelitian..... | 11 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS | |
| A. Kajian Pustaka..... | 13 |
| 1. Manajemen Pemasaran..... | 13 |
| a. Pengertian Pemasaran..... | 13 |
| b. Pengertian Manajemen Pemasaran | 14 |
| c. Bauran Pemasaran..... | 15 |
| d. Unsur-Unsur Bauran Pemasaran..... | 15 |
| e. Konsep Pemasaran..... | 16 |
| f. Prinsip-prinsip Pemasaran | 17 |
| g. Fungsi Pemasaran | 17 |
| 2. Citra Merek (<i>Brand Image</i>)..... | 19 |
| a. Pengertian Citra Merek (<i>Brand Image</i>)..... | 19 |
| b. Membangun Merek yang Kuat | 21 |

| | | |
|----------------------------------|---|----|
| c. | Komponen Citra Merek (<i>Brand Image</i>)..... | 22 |
| d. | Dimensi dan Indikator Citra Merek (<i>Brand Image</i>) | 23 |
| 3. | Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>)..... | 24 |
| a. | Pengertian Kepercayaan (<i>Trust</i>) | 24 |
| b. | Pengertian Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>)..... | 25 |
| c. | Kriteria Dalam Memilih Elemen Merek..... | 27 |
| d. | Strategi Merek..... | 28 |
| e. | Dimensi dan Indikator Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>) ... | 29 |
| 4. | Harga | 29 |
| a. | Pengertian Harga..... | 29 |
| b. | Cara Penetapan Harga..... | 31 |
| c. | Dimensi dan Indikator Harga..... | 33 |
| 5. | Keputusan Pembelian | 34 |
| a. | Perilaku Konsumen..... | 34 |
| b. | Pengertian Perilaku Konsumen..... | 35 |
| c. | Karakteristik yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen..... | 36 |
| d. | Pengertian Keputusan Pembelian | 40 |
| e. | Proses Pengambilan Keputusan | 41 |
| f. | Jenis-jenis Perilaku Keputusan Pembelian | 45 |
| g. | Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian | 46 |
| 6. | Penelitian Terdahulu..... | 48 |
| B. | Rerangka Pemikiran | 52 |
| C. | Pengembangan Hipotesis..... | 52 |
| 1. | Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian | 52 |
| 2. | Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap Keputusan Pembelian..... | 53 |
| 3. | Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian..... | 53 |
| 4. | Pengaruh <i>Brand Image</i> , <i>Brand Trust</i> dan Harga secara simultan terhadap Keputusan Pembelian | 54 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | |
| A. | Waktu dan Tempat Penelitian | 55 |
| B. | Desain Penelitian | 55 |

| | |
|---|----|
| C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel | 55 |
| 1. Definisi variabel | 55 |
| 2. Operasionalisasi Variabel | 57 |
| D. Populasi dan Sampel Penelitian | 60 |
| 1. Populasi | 60 |
| 2. Sampel | 61 |
| E. Teknik Pengumpulan Data..... | 62 |
| F. Metode Analisis | 63 |
| 1. Statistik Deskriptif..... | 63 |
| 2. Uji Kualitas Data | 63 |
| a. Uji Validitas..... | 63 |
| b. Uji Reliabilitas | 65 |
| 3. Analisis Regresi Linier Berganda..... | 65 |
| a. Uji Asumsi Klasik..... | 66 |
| b. Koefisien Determinasi (R ²)..... | 68 |
| c. Uji Ketepatan Model (Uji F)..... | 68 |
| d. Uji t | 69 |

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| A. Gambaran Umum Obyek Penelitian..... | 71 |
| 1. Sejarah PT. Toyota Astra Motor..... | 71 |
| 2. Deskriptif Responden | 73 |
| a. Deskriptif Responden Berdasarkan Usia | 73 |
| b. Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 73 |
| c. Deskriptif Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... | 74 |
| d. Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 74 |
| e. Deskriptif Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.... | 75 |
| B. Statistik Deskriptif..... | 75 |
| 1. Hasil Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i> | 75 |
| 2. Hasil Deskriptif Variabel <i>Brand Trust</i> | 77 |
| 3. Hasil Deskriptif Variabel Harga | 78 |
| 4. Hasil Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian | 79 |

| | |
|---|-----|
| C. Uji Kualitas Data | 80 |
| 1. Uji Validitas..... | 80 |
| a. Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel <i>Brand Image</i> | 81 |
| b. Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel <i>Brand Trust</i> | 82 |
| c. Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Harga..... | 82 |
| d. Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Keputusan Pembelian..... | 83 |
| 2. Hasil Uji Reliabilitas | 84 |
| D. Analisis Regresi Linier Berganda..... | 85 |
| 1. Hasil Uji Asumsi Klasik | 86 |
| a. Uji Normalitas..... | 86 |
| b. Uji Multikolonieritas..... | 87 |
| c. Uji Heteroskedastisitas | 88 |
| 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 89 |
| 3. Hasil Uji Ketepatan Model (Uji F) | 90 |
| 4. Hasil Uji t..... | 91 |
| E. Pembahasan Hasil Penelitian | 93 |
| 1. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian | 93 |
| 2. Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian..... | 93 |
| 3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian | 94 |
| 4. Pengaruh <i>Brand Image</i> , <i>Brand Trust</i> dan Harga secara simultan Terhadap Keputusan Pembelian | 94 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | |
| A. Simpulan | 96 |
| B. Saran | 96 |
| 1. Bagi Perusahaan (PT. Toyota Astra Motor) | 97 |
| 2. Bagi Peneliti Selanjutnya..... | 98 |
| DAFTAR PUSTAKA | 99 |
| LAMPIRAN | 104 |